

INTRODUCCION AL COMERCIO ELECTRÓNICO

En estas primeras líneas tratamos de exponer todas aquellas ideas, preguntas y posibles dudas que un emprendedor con unos conocimientos básicos de informática e Internet, podría hacerse al plantearse la entrada en la red.

Analizamos qué es el comercio electrónico, por qué puede ser interesante, cuáles son sus puntos a favor y cuáles en contra, cuáles sus posibles repercusiones económicas y de qué forma se puede generar valor para el cliente.

En primer lugar, para centrar el posterior estudio, definiremos el **comercio electrónico** como todas aquellas actividades comerciales que se realizan por medios electrónicos que incluye desde el intercambio electrónico de datos (Electronic Data Interchange, EDI) hasta un nuevo concepto de la e-Economy o economía electrónica, que supone la realización de todo el negocio en la red, desde el contacto con los proveedores hasta la venta y posterior distribución pasando por el comercio por Internet (I.C) y los VANs (Value-Added Networks).

En lo sucesivo, al hablar del comercio electrónico nos estaremos refiriendo al comercio por Internet, incluyendo la posibilidad de hacer todo el negocio a través de la red.

La pregunta que actualmente se hacen muchas empresas es: ¿por qué necesito el comercio electrónico?, a la que se podría responder con otras preguntas del estilo: ¿por qué hay que conformarse con vender nuestros productos sólo en el mercado nacional cuando pueden ser muy interesantes en otros países del entorno?, ¿por qué tenemos que continuar con los costes actuales cuando se podrían reducir?.

La respuesta de cualquier empresa sería: queremos vender a nivel mundial si efectivamente existen mercados estructuralmente atractivos en los que actualmente no tengo presencia y en los que podría entrar ofreciendo nuestros productos y/o servicios en la red, queremos reducir nuestros costes para disfrutar de mayores márgenes en las ventas para realizar inversiones...

Por eso, en este trabajo vamos a intentar analizar por qué sería interesante para determinadas empresas la utilización de Internet, ya que, aunque pensamos que el comercio electrónico es el futuro, aún existen puntos oscuros sobre los que interesará incidir en los próximos años para darle el empujón definitivo que necesita.

Según cuál sea el objetivo principal que busquen las empresas al tener presencia en Internet encontramos, en estos momentos, tres tipos distintos de páginas web:

1-Catálogo

En ellas se anuncian simplemente los productos y/o servicios y no son más que una forma adicional de hacer publicidad. Las suelen utilizar las empresas que no están convencidas de que este tipo de comercio vaya a tener éxito, pero que ante la duda, se posicionan por si las moscas. Serían el 71% de las empresas en España.

2- Venta

Las empresas descubren que tienen otra forma de vender por lo que las diseñan para que exista la posibilidad de realizar las compras deseadas. Son aproximadamente el 25% de las empresas en España.

3- Empresa virtual

Son las más interactivas ya que pertenecen a las empresas que realizan todo su negocio a través de la red (contacto con proveedores, venta, distribución, etc). El número de empresas virtuales es bastante bajo en España, comparado con otros países, porque se tiene la convicción en el mundo empresarial de que lo virtual y lo tradicional deben coexistir para conseguir los mejores resultados y son pocos los emprendedores que se lanzan a la aventura sin este colchón.